

## 通りすがりの人を 振り向かせる クリエイティブ

デジタルサイネージの役割を考える

### 進化する映像技術

オスカーこそ逃したものの、タイタニックを抜き全世界興行収入記録を塗り替えた大ヒット映画「アバター」。公開から三ヶ月たった今も多くの劇場で上映され続けるこの作品は、ずば抜けた迫力をもつ3D表現に注目が集まりました。今年は大手家電メーカー各社が3D対応テレビの発売を開始、ニンテンドーDSの後継機も3D対応になることが発表されるなど、まさに「3D元年」となるでしょう。

また、今年には四年に一度のオリンピック&ワールドカップイヤー、エコポイント対象見直し、地デジ完全移行まで約一年などの理由でテレビを買い替える方も多いのではないのでしょうか。地デジといえば鮮明な映像もさることながら、双方向で情報のやりとりができるデータ通信も魅力の

一つ。番組への参加、知りた  
い情報を手でできるなど、テ  
レビは受動的から能動的にな  
ることで私たちに新たな楽し  
みを提供してくれます。

こうした技術が一般化され  
るにつれ、映像は「見る」も  
のから「体験するもの」に進  
化し、より魅力的な存在となっ  
てきました。

### アイデアの勝利

今年の初め、都内の商店街4  
エリアが連合企画し、デジタ  
ルサイネージを使用した商店  
街利用促進イベントが行われ  
ました。内容は、おサイフケー  
タイでタッチするスタンブラ  
リーやクーポン配布、エリア  
対抗のかんばん娘コンテスト  
など。デジタルサイネージの  
特長を上手く利用した企画で、  
大変好評だったそうです。店  
舗や商品の映像をただ放映す  
る受動的な広告ではなく、通  
行人が積極的に参加できる能  
動的な広告にすることにによっ  
て興味関心を引いたアイデア  
だと思えます。

デジタルサイネージに  
求められること

前述した「アバター」は決  
して3D技術のみが評価され

たわけではなく、その魅力的  
なストーリーや映像美など優  
れたコンテンツが評価され大  
ヒットにつながりました。

デジタルサイネージも同様  
で、単なる映像のみで人が集  
まるといっわけではありませ  
ん。映画・テレビ・ゲームな  
ど「映像コンテンツ」が氾濫  
する中で、デジタルサイネー  
ジが人々を惹きつけるには、  
TPOにあわせた、最適なク  
リエイティブコンテンツが必  
要不可欠です。さらに商店街  
利用促進イベントで行われた  
ように、消費者が積極的に参  
加できる仕組みが加わること  
で、これまでにない広告が展  
開できる可能性が広がります。

「通りすがりの人に振り向い  
てもらおうこと、そして購買行  
動に後押しすること。」こうし  
た売場の最前線を支えること  
がデジタルサイネージに与え  
られた使命の一つなのです。

笠間ボレシシティで行われた「子ども英会話EWA」の  
イベントにデジタルサイネージを設置。カリキュラムなど  
をキャラクターアニメーションの映像とBGMで紹介。一  
般のお客さまに大変興味を持ってご覧いただきました。



## 売り場に人が集まる次世代広告メディア デジタルサイネージ

映像が効く

音声も効く

- ・お店の前を通る顧客に足を止めさせ入店してもらうには…
- ・店頭で商品を手に取り迷っている顧客に対し購買を後押しするには…

デジタルサイネージが  
全て解決します!

デザイン会社だからできる効果がある広告と  
魅力ある表現を低価格でご提供します!

デモ・打ち合わせ・お見積無料!  
TEL029-221-4813